

М.А. ВАХТИНА, канд. эк. наук, Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И АРГУМЕНТЫ В ПОЛЬЗУ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

В статье рассматриваются важнейшие условия становления корпоративной социальной ответственности. К таким условиям автор относит деперсонифицированное доверие и социальный капитал. Государственное регулирование взаимоотношений бизнеса и общества не может рассматриваться как полноценный заменитель корпоративной социальной ответственности. Теоретические выводы автор подтверждает аргументами из российской практики корпоративного управления.

У статті розглядаються найважливіші умови становлення корпоративної соціальної відповідальності. До таких умов автор відносить деперсоніфіковану довіру і соціальний капітал. Державне регулювання взаємин бізнесу і суспільства не може розглядатися як повноцінний заміник корпоративної соціальної відповідальності. Теоретичні висновки автор підтверджує аргументами з російської практики корпоративного управління.

The article discusses the most important conditions for the formation of corporate social responsibility. The author refers these conditions to impersonal trust and social capital. Government regulation of business and society can not be regarded as a full substitute for corporate social responsibility. The theoretical conclusions are confirmed by the arguments of the Russian corporate governance practices.

Ключевые слова: Корпоративная социальная ответственность, благотворительность, стейкхолдеры, деперсонифицированное доверие, добродетели, социальный капитал, гражданское общество, государственное регулирование экономики, властные отношения.

Вопрос о корпоративной социальной ответственности акцентирует внимание на учете последствий нормативно обусловленных действий и решений со стороны крупных предприятий. Те экономические субъекты, которые вынуждены принимать важные, затрагивающие интересы многих других субъектов решения (а именно таким признакам отвечают корпорации), должны оставаться справедливыми и в намерениях, и в оценке возможных последствий предпринимаемых действий. При этом моральная ответственность неразрывно связана с моральностью действий и корпоративных решений: тот, кто готов принять на себя ответственность, должен неизменно обращаться к определяющим убеждение нормам.

Единство моральных норм и оценка их последствий порождают подлинную моральную ответственность со стороны крупных экономических игроков.

В этой связи корпоративную социальную ответственность не стоит сводить к простой благотворительности, она может и должна расцениваться как полноценный институт, который позволяет решать многие социальные задачи, не доводя ситуацию до уровня глубоких социальных противоречий и несправедливости. Социально ответственные действия отличаются тем, что они не связываются только с краткосрочными выгодами отдельных участников, а оборачиваются лучшими результатами для стейкхолдеров в будущем (к последним следует причислять общественность, государство, инвесторов, другие бизнес-структуры так или иначе взаимодействующие с корпорациями). Кроме социального инвестирования речь может идти о модификации в интересах стейкхолдеров производственной и коммерческой деятельности компании, выражающейся в выборе стратегии развития, использовании подходящих ресурсов и технологий, вопросах занятости, качестве и потребительских свойствах выпускаемых продуктов, выборе поставщиков и др.

Отношения социального партнерства и социальной ответственности между корпорациями и стейкхолдерами могут возникать только при определенных условиях, которые связаны, прежде всего, с готовностью считаться с интересами других и учитывать эти интересы в процессе принятия собственных решений. Такие отношения обеспечиваются и поддерживаются благодаря тому, что общество способно поставить под контроль любые корпоративные действия, и в случае, если последние идут в разрез с интересами других участников или общества в целом, внести необходимые коррективы. Как видно, такие взаимоотношения отвечают условиям наличия в обществе социального капитала и деперсонифицированного доверия (доверия между лично не знакомыми людьми), которые проистекают из способности к координации, основанной на общечеловеческих ценностях, и действуют в направлении достижения общих для всех целей. По Дж. Коулману социальный капитал представляет собой потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, целерационально формируемый в межличностном пространстве. Нормы, созидрующие социальный капитал, должны включать в себя такие добродетели, как правдивость, обязательность, взаимность. Существование внутри общества норм и ценностей, разделяемых всеми его членами, и готовность последних по своему внутреннему убеждению следовать этим нормам является важнейшим условием социального капитала и деперсонифицированного доверия. [2].

Когда уровень доверия в обществе низкий, то вступает в силу «механизм замещения» отношений доверия властными отношениями, поэтому в качестве альтернативы корпоративной социальной ответственности можно рассматривать государственное регулирование экономики. При этом сам факт усиления государства как посредника в отношениях между корпорациями и обществом (а также между ними и другими стейкхолдерами) не должен вызывать опасение сам по себе, опасность существует из-за того, что государство не может рассматриваться как полноценный заменитель доверия [4].

Низкий уровень социального капитала становится решающим фактором в выстраивании отношений российских корпораций со стейкхолдерами. Общество может стать серьезным партнером по диалогу с бизнесом только в случае укорененности социальных ценностей, должной информированности о деятельности компаний и, самое главное, готовности и способности граждан осознать общественные интересы и принимать участие в общественных начинаниях. Слабость российского гражданского общества, его неспособность выступать в качестве реального партнера бизнеса в вопросах социальной ответственности делают реализацию этого механизма неосуществимой. На первое место с неизбежностью выходят интересы организованных групп, которые берут на себя решение проблемы коллективных действий, поэтому выгоды от этого достаются именно им. То есть, дефицит социального капитала создает угрозу перерождения института корпоративной социальной ответственности в средство сговора компаний и отдельных групп за общественный счет, а корпоративная социальная ответственность превращается в простую благотворительность. Именно из-за недостатка социального капитала основным источником воздействия на бизнес становится государство, которое в этом случае действует неэффективно, часто с применением неформальных, не урегулированных официальными правилами процедур [5, с.4, 21].

Отсутствие надежных институциональных гарантий гражданского общества, а вместе с этим действенных механизмов общественного контроля, способных эффективно ограничивать действия власти, оставляют широкий простор для злоупотреблений и безответственности. В этих условиях сами чиновники и политики могут становиться инициаторами и активными участниками локальных сетей власти и бизнеса, нарушая тем самым принцип универсальности государственных решений. При этом деятельность в рамках сети оказывается обоюдовыгодной. С одной стороны, представители государства, имея непосредственный доступ к ресурсам и рычагам

государственного регулирования и контроля, используют его локальным образом и получают за это часть квазиаренды. С другой стороны, бизнес приобретает ряд существенных преимуществ за счет обеспечения доступа к редким ресурсам, подкрепленного дополнительными административными преимуществами (льготным кредитованием, приоритетным бюджетным финансированием, неформальными преференциями).

Своеобразной платой за локальное взаимодействие со стороны бизнеса становятся разнообразные, формально неурегулированные платежи в виде взяток или вложений в создание общественных благ (например, благоустройство, создание инфраструктуры, социальные проекты и программы, иницилируемые властями и др.). Как показывает российская практика, власти (как на местах, так и центральные) активно используют бизнес для решения локальных проблем, предлагая за это соответствующие преференции. В системе локальных взаимосвязей власти и бизнеса исследователи выделяют «черную» и «серую» зоны («белая» зона представляет формально урегулированные взаимоотношения). Отношения в «серой» зоне основаны на интересе выполнения властью своих публичных функций и на взаимной заинтересованности сторон в выживании в условиях неопределенной среды. Основными формами привлечения дополнительных ресурсов бизнеса на эти цели выступают «квазианалоговые» сборы и «организованное спонсорство» [3]. По расчетам ученых, годовые объемы фондов развития регионов (это могут быть инвестиционные фонды, фонды развития территории, фонды поддержки ЖКХ и др.) оцениваются в размере 10-13% от суммы собираемых в РФ налогов [5, с.19]. Организованным спонсорством называют участие бизнеса в финансировании различных проектов, которые носят целевой характер и предоставляются преимущественно в натуральной форме. Подобная практика дополнительных платежей, которая частично покрывает недостаток налоговых поступлений, предназначенных для решения насущных проблем территорий, имеет целый ряд негативных последствий, как для государства, так и для бизнеса. Отношения в рамках «серых» схем легко трансформируются в зону коррупционных взаимодействий – «черную» зону, связанную с удовлетворением индивидуальных корыстных интересов представителей власти и бизнеса, обладающих сравнимым влиянием и ресурсами.

Как показала российская практика, вышеописанные взаимоотношения между властью и бизнесом при пассивности со стороны общества становятся прочным барьером на пути позитивных изменений и конструктивных

экономических реформ. Дифференциация бизнеса по степени его близости к власти, закрытая локализация клиентального типа сдерживают конкурентные отношения, приводят к утрате потенциала эффективности в обоих сегментах и формирует вертикальную политическую интеграцию [1]. Одной из самых заметных российских тенденций последнего времени становятся неформальные практики взаимоотношений власти и бизнеса. [7]. Сращивание государственной бюрократии и крупных частных собственников, коррупция, подмена рыночных механизмов перераспределением доходов и ресурсов между отдельными участниками экономического процесса формирует «государственный олигархический капитализм», в котором общество остается по большей части пассивным наблюдателем [6].

Таким образом, становление корпоративной социальной ответственности как важного института, позволяющего решать многие социально-экономические задачи, возможно при условии высокого уровня доверия и наличия в обществе социального капитала. Выбор в пользу государственного регулирования взаимодействия бизнеса, общества и государства (при решающей роли последнего) делается в том случае, когда вышеназванные условия не получили должного развития. Движение в сторону корпоративной социальной ответственности неразрывно связано со становлением гражданского общества, установлением деперсонифицированного доверия, укреплением добродетелей и желанием им следовать.

Список литературы: 1. Авдашева С., Шаститко А. Экономика уголовных санкций за нарушение антимонопольного законодательства // Вопросы экономики. 2010. №1. С.129-143. 2. Коулман, Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. - 2001. - № 3. с.124; Фукуяма, Ф. Доверие: добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2004. с.52. 3. Нуреев, Р.М. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Часть II. Российские фирмы. /Под ред. Р.М. Нуреева.- М.: Московский общественный научный фонд, 2010. с. 95. 4. Полищук Л.И. Доклад на научном семинаре «Социальный капитал в России: измерение, анализ, оценка влияния». Электронный ресурс: www.liberal.ru. 5. Полищук, Л. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: анализ институционального выбора // Вопросы экономики. - 2009. - № 10 . 6. Радыгин, А., Энтов, Р. В поисках институциональных характеристик экономического роста (новые подходы на рубеже XX-XXI вв.) // Вопросы экономики. - 2008. - № 8. с.24. 7. Яковлев, А., Симачев, Ю., Данилов, Ю. Российская корпорация: модели поведения в условиях кризиса // Вопросы экономики. - № 6. – 2009. с.84; Олейник, А. Институциональная экономика: Учебник /Под общ.ред. А. Олейника. – М.: ИНФРА-М, 2005. с.604, 605

Надійшла до редакції 05ю04ю2012р.